PARTE 1.

MODELOS DE EDUCACION
Y
MODELOS DE COMUNICACION

¿Por qué empezar hablando de educación y no directamente de comunicación? ¿No es alargar el camino con un rodeo innecesario?

En primer lugar, cuando hacemos comunicación popular, estamos siempre buscando, de una u otra manera, un resultado educativo. Decimos que producimos nuestros mensajes "para que el pueblo tome conciencia de su realidad", o "para suscitar una reflexión", o "para generar una discusión". Concebimos, pues, los medios de comunicación que realizamos como instrumentos para una educación popular, como alimentadores de un proceso educativo transformador.

Es bueno, entonces, que comencemos aclarándonos cómo vemos la educación; qué concepción de educación subyace en nuestras prácticas de comunicación.

Pero hay otra razón aún más importante para empezar por este tema. Y es que, como hemos de ver,

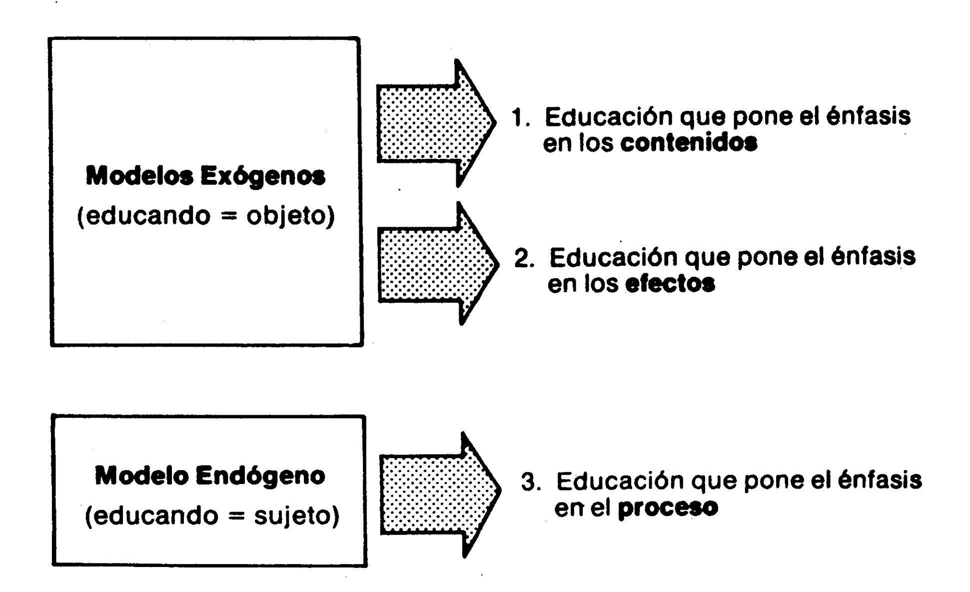
A CADA TIPO DE EDUCACION CORRESPONDE UNA DETERMINADA CONCEPCION Y UNA DETERMINADA PRACTICA DE LA COMUNICACION

Por eso es tan útil y esclarecedor comenzar analizando los diferentes tipos de educación. Por la experiencia de nuestros Talleres, hemos comprobado que, después de reflexionar sobre este tema, se aclara mucho el concepto de comunicación; y que él constituye un buen punto de partida.

LOS TRES MODELOS DE EDUCACION

Aunque en la realidad existen muchas concepciones pedagógicas, Díaz Bordenave[1] ha señalado que se las puede agrupar en tres modelos fundamentales.

Claro está que estos tres modelos no se dan nunca químicamente puros en la realidad sino un tanto entremezclados y se encuentran presentes los tres en distintas proporciones en las diversas acciones educativas concretas. No obstante, es posible distinguir estos tres modelos básicos:



Llamamos a los dos primeros modelos **exógenos** porque están planteados desde afuera del destinatario, como externos a él: el educando es visto como **objeto** de la educación; en tanto el modelo **endógeno** parte del destinatario: el educando es el **sujeto** de la educación.

Decimos asimismo que cada uno **pone el énfasis** en

(1) **JUAN DIAZ BORDENAVE: Las Nuevas Pedagogías y Tecnologías de Comunicación. Ponencia presentada a la Reunión de Consulta sobre la Investigación para el Desarrollo Rural en Latinoamérica. Cali, 1976.**

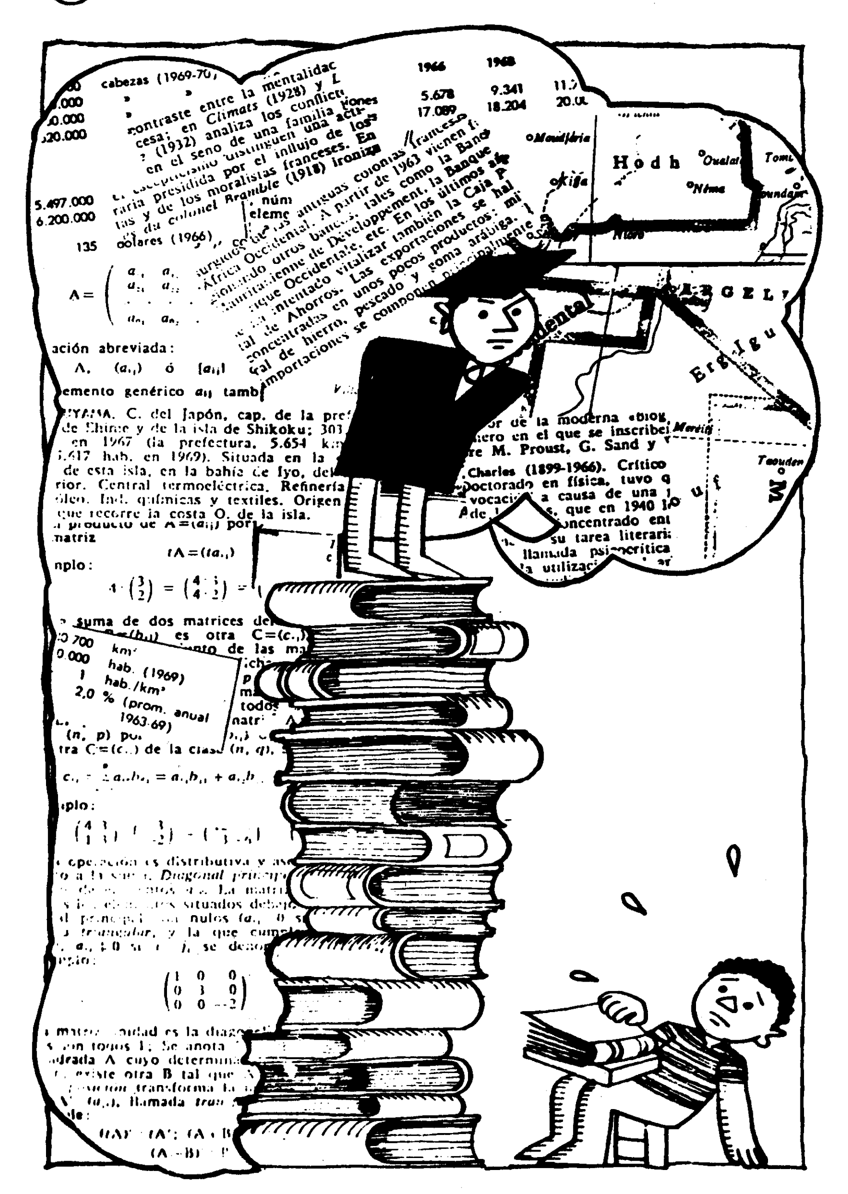
un objetivo distinto; esto es, que acentúa, da prioridad a ese aspecto. No es que prescinda radicalmente de los otros dos; pero se centra y privilegia al que le es propio. Por ejemplo, la educación que enfatiza el proceso, no por eso se desentiende de los contenidos y de los efectos; pero su acento básico no estará nunca en éstos, sino en el proceso personal del educando.

Comencemos definiéndolos sumariamente para luego analizarlos.

1. EDUCACION QUE PONE EL ENFASIS EN LOS CONTENIDOS	Corresponde a la educación tradicional, basada en la transmisión de conocimientos y valores de una generación a otra, del profesor al alumno, de la élite "instruida" a las masas ignorantes.
2. EDUCACION QUE PONE EL ENFASIS EN LOS EFECTOS	Corresponde a la llamada "ingeniería del comportamiento" y consiste esencialmente en "moldear" la conducta de las personas con objetivos previamente establecidos.
3. EDUCACION QUE PONE EL ENFASIS EN EL PROCESO	Destaca la importancia del proceso de transformación de la persona y las comunidades. No se preocupa tanto de los contenidos a ser comunicados ni de los efectos en término de comportamiento, cuanto de la interacción dialéctica entre las personas y su realidad; del desarrollo de sus capacidades intelectuales y de su conciencia social.

Tratemos de describir y caracterizar cada una de estas tres pedagogías y veamos qué modelo de comunicación se desprende de cada una de ellas.

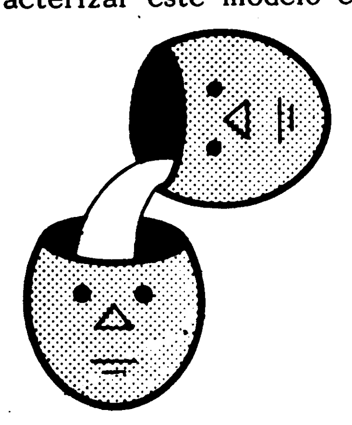
① Enfasis en los contenidos



Es -ya queda dicho- el tipo de educación tradicional, basado en la transmisión de conocimientos. El profesor (o el comunicador), el instruido, "el que sabe", acude a enseñar al ignorante, al que "no sabe".

Como el lector seguramente habrá reconocido ya, es el tipo de educación que uno de sus más agudos críticos, Paulo Freire, calificó de BANCARIA: el educador DEPOSITA conocimientos en la mente del educando. Se trata de "inculcar" nociones, de introducirlas en la memoria del alumno, el que es visto como receptáculo y depositario de informaciones.

Díaz Bordenave propone esta acertada caricatura para caracterizar este modelo educativo:



Todos conocemos este tipo de educación vertical y autoritaria. O paternalista (el paternalismo es tan sólo una forma más endulzada del autoritarismo). Todos lo hemos padecido. Es el que predomina en el sistema educativo formal: en la escuela primaria, en el Liceo, en la Universidad. Repetidamente se ha reprochado a la escuela tradicional su tendencia a confundir la auténtica educación con lo que es mera instrucción, con lo cual -se ha dicho también- ella INFORMA pero NO FORMA.

Paulo Freire, al analizarla, dice que esta educación "bancaria" sirve para la domesticación del hombre. En ella, señala el autor de "Pedagogía del Oprimido"

EL EDUCADOR	EL EDUCANDO
– es siempre quien educa	– es siempre el que es educado
– es quien habla	– es quien escucha
– prescribe, norma, pone las reglas.	– obedece, sigue la prescripción.
– escoge el contenido de los programas.	– lo recibe en forma de depósito.
– es siempre quien sabe	– es el que no sabe
– es el sujeto del proceso	– es el objeto del proceso.

EL MODELO EN SU APLICACION

* Los ejes del método son el **profesor** y el **texto.**
* Los programas de estudio son frondosos y basados en los conceptos que la fuente emisora (el profesor) considera importantes.
* Se da muy poca importancia al **diálogo** y a la **participación.**
* Se valora mucho el **dato** y muy poco el **concepto.**
* Se premia la buena retención de los contenidos (esto es, su **memorización**) y se castiga la reproducción poco fiel. La elaboración personal del educando es asimismo reprimida como error.
* Hay una sola verdad: la del profesor. La experiencia de vida de los educandos es desvalorizada.

LOS RESULTADOS

* El alumno (o el oyente, el lector, el público) se habitúa a la pasividad y no desarrolla su propia capacidad de razonar y su conciencia crítica.
* Se establece una diferencia de "status" entre el profesor y el alumno (o entre el comunicador y el lector u oyente).
* Se fomenta una estructura mental de acatamiento al autoritarismo: el alumno internaliza la superioridad y autoridad del maestro, actitud que luego transferirá al plano político y social.
* Se favorece el mantenimiento del "statu quo" en el que una minoría pensante domina a una masa apática.
* En virtud del régimen de notas (premios y castigos) se fomenta el individualismo y la competencia en perjuicio de la solidaridad y los valores comunitarios.
* Los educandos adquieren una mente "cerrada" o dogmática, incapaz de juzgar los mensajes recibidos por sus propios méritos, independientemente de la autoridad de la fuente.
* En el estudiante de la clase popular se acentúa el sentimiento de inferioridad: el educando se hace inseguro, pierde su autoestima, siente que no sabe, que no vale.

OBJETIVO: QUE EL EDUCANDO APRENDA

El indicador que utilizará el educador en este modelo para evaluar su producto, será siempre: ¿El alumno **sabe** (la lección, la asignatura)? ¿Ha aprendido?

Aunque, en verdad, el resultado es que generalmente no aprende, sino que memoriza, repite y luego olvida. No asimila, porque **no hay asimilación sin participación, sin elaboración personal.**

> La educación bancaria dicta ideas, no hay intercambio de ideas. No debate o discute temas. Trabaja sobre el educando. Le impone una orden que él no comparte, a la cual sólo se acomoda. No le ofrece medios para pensar auténticamente, porque al recibir las fórmulas dadas, simplemente las guarda. No las incorpora, porque la incorporación es el resultado de la búsqueda, de algo que exige de parte de quien lo intenta, un esfuerzo de re-creación, de invención.
>
> PAULO FREIRE[2]

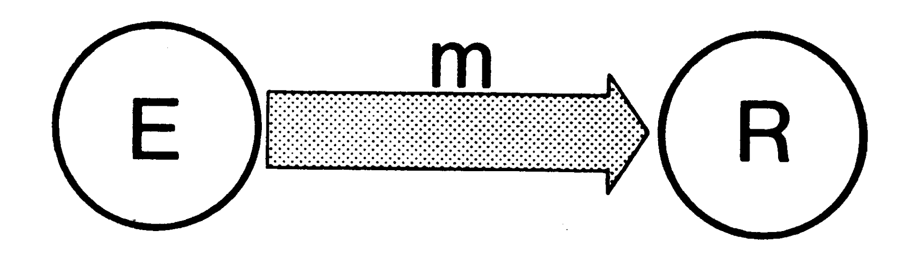
(2) PAULO FREIRE: La Educación como Práctica de la Libertad. Tierra Nueva, Montevideo, 1969.

Conviene retener estas últimas palabras: nos dan una clave importante para nuestro trabajo como comunicadores populares. **Nuestra comunicación popular debe procurar suscitar, estimular en los destinatarios de nuestros mensajes una re-creación, una invención.**

LA COMUNICACION EN ESTE MODELO

Así como existe una educación "bancaria", existe una comunicación "bancaria".

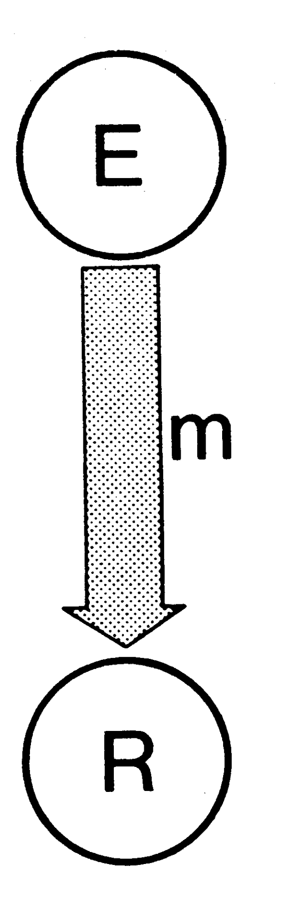
¿Qué concepto tiene de la comunicación el tipo de educación que acabamos de caracterizar? ¿Cómo la ve?



Como transmisión de información. Un emisor (E) que envía su mensaje (m) a un receptor (R).

El emisor es el educador que habla frente a un educando que debe escucharlo pasivamente. O es el comunicador que "sabe" emitiendo su mensaje (su artículo periodístico, su programa de radio, etc.) desde su propia visión, con sus propios contenidos, a un lector (u oyente o espectador) que "no sabe" y al que no se le reconoce otro papel que el de receptor de la información. Su modo de comunicación es, pues, el MONOLOGO.

EL COMUNICADOR	EL RECEPTOR
– emite	– recibe
– habla	– escucha
– escoge el contenido de los mensajes	– lo recibe como información
– es siempre el que sabe	– es el que no sabe



En realidad, cuando este modelo se propone a sí mismo como un trazado horizontal, ya está "haciendo trampa". Sería más exacto representarlo como en la gráfica contigua, puesto que es una comunicación esencialmente autoritaria y, por tanto, vertical. El emisor domina, es el dueño, el PROTAGONISTA de la comunicación.

Se califica a esta comunicación de **unidireccional** porque fluye en una sola dirección, en una única vía: del emisor al receptor.

NOSOTROS FRENTE AL MODELO

Parecería que, en nuestra comunicación popular, este modelo autoritario no tiene lugar; que nos es totalmente ajeno. Presentado así, sólo nos merece rechazo. Sin embargo, la concepción comunicacional emisor/mensaje/receptor está tan incorporada a la sociedad, aparece como tan corriente y natural, que acaso, sin que seamos conscientes de ello, siga todavía influyendo con fuerza en nosotros y en nuestra producción popular.

*En nuestro periódico, ¿quién es el que escoge los contenidos; quién los determina y selecciona? ¿Hacemos el periódico consultando con la comunidad, recogiendo sus necesidades y sus aspiraciones, o lo hacemos desde nuestra propia perspectiva?

*Cuando creamos nuestra obra de teatro o el guión de nuestro diapomontaje o de nuestro programa de radio, ¿tratamos de ir suscitando en los destinatarios un proceso personal, o le disparamos verticalmente la información que él tiene que "aprender"?

En la medida en que sigamos asumiendo el clásico rol de emisores, de poseedores de la verdad que dictamos esa verdad a los que "no saben"; en la medida en que sigamos depositando informaciones e ideas ya "digeridas" en la mente de nuestros destinatarios, por liberadores y progresistas que sean los contenidos de nuestros mensajes, continuaremos tributarios de una comunicación autoritaria, vertical, unidireccional.

EJEMPLOS QUE NOS INTERPELAN

Valdría la pena reflexionar sobre el caso de la llamada "educación radiofónica" (instrucción por radio) en la cual, por propia limitación del medio, el alumno se halla ausente, oyendo la lección desde su casa y reducido por lo tanto al silencio y la pasividad. Sólo le queda escuchar, repetir lo que le indica el profesor y "aprendérselo".

Muchas de las tan meritorias "escuelas radiofónicas" de América Latina, destinadas a la educación de adultos, han reaccionado saludablemene contra esta concepción y la rechazan, en muchos casos con indudable sinceridad; en sus postulados hoy sustentan los principios de una educación liberadora y personalizante; pero sus emisiones, sin embargo, continúan sujetas al esquema mecanicista tradicional -maestro que "enseña", alumno que "aprende"- porque no han sabido encontrar y crear otras maneras de educar a través de la radio.

Sería interesante asimismo analizar y evaluar el caso de algunos grupos que producen audiovisuales. Hoy existe la moda de tales medios. La educación bancaria tradicional sintió la necesidad de "modernizarse" e introdujo los llamados "apoyos audiovisuales": diapositivas, películas, videos... Incluso se habla de una "pedagogía audiovisual". Pero con eso la educación en sí en realidad no cambió nada. Al contrario: se hizo aún más rígida y autoritaria. Frente a

un audiovisual, ya el educando ni siquiera tiene con quien hablar. Ya se le da todo hecho, toda la enseñanza digerida. Los medios audiovisuales en la educación tradicional se usan solamente como refuerzos para la transmisión de los contenidos. Es educación "envasada".

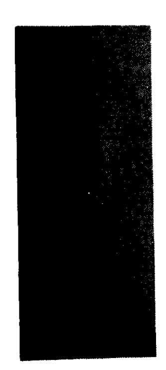
Pues bien; actualmente, en la comunicación popular vemos utilizar cada vez más y con mayor entusiasmo los diapomontajes, las películas, los videos, etc. Lo cual en sí mismo puede ser positivo: no estamos cuestionando el innegable valor de esos recursos cuando se los sabe utilizar bien. Pero quizá muchos de esos comunicadores populares tan entusiasmados por ellos, no estén haciendo otra cosa que imitar irreflexivamente una moda y valerse de un lenguaje visual más atractivo y penetrante para imponer sus propias ideas, sus propios contenidos (por "progresistas" que éstos sean). Realizan sus audiovisuales de tal manera que no le dejan un espacio, un respiro siquiera, al espectador para que él pueda pensar por su cuenta, re-crear su propia elaboración. Lo bombardean a imágenes, a efectos sonoros y musicales, a frases altisonantes y le dan, ya digerida y masticada, su propia conclusión.

* * *

En síntesis, todos quienes tratamos de hacer auténtica comunicación popular, deberíamos preguntarnos:

* ¿LANZAMOS AFIRMACIONES O CREAMOS LAS CONDICIONES PARA UNA REFLEXION PERSONAL?
* ¿NUESTROS MEDIOS MONOLOGAN O DIALOGAN?

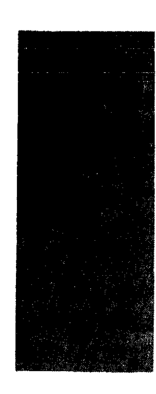
SUGERENCIAS PARA EL FACILITADOR



Naturalmente lo que aquí, en el libro, no tenemos posibilidad de presentar sino en forma de exposición ya elaborada y desarrollada, en los Talleres lo vamos infiriendo, descubriendo en diálogo con los participantes, a partir de sus experiencias y sus observaciones.

Distintas dinámicas pueden ayudar a ese descubrimiento. Por ejemplo, en el caso de este primer tema:

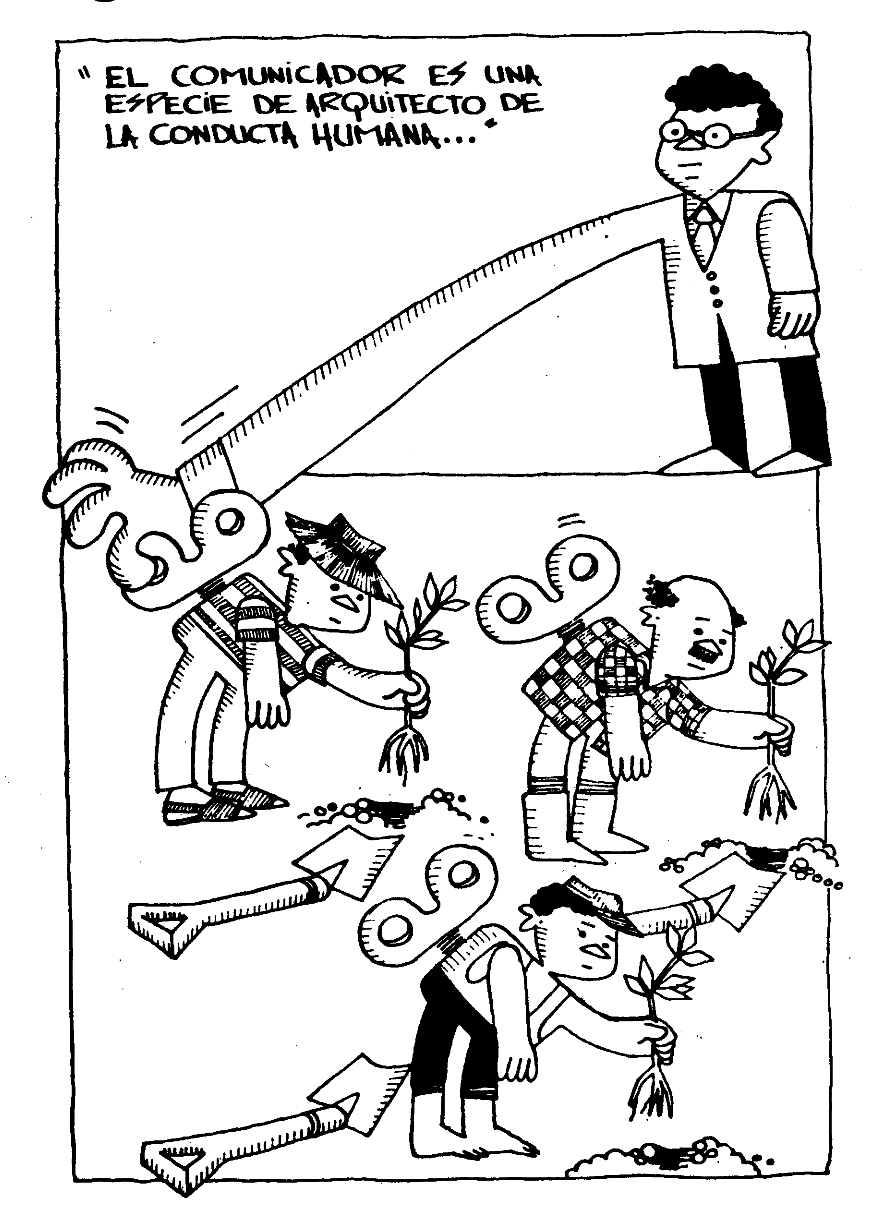
* Reconstruir (en forma de improvisación teatral o sociodrama) una clase tradicional o



un examen. Luego, analizar la actitud del profesor y la de los educandos e inferir de allí las características y consecuencias de este tipo de educación.

* Analizar algunos mensajes de comunicación popular (incluso producidos por los mismos participantes) y detectar en qué medida están influidos por el modelo autoritario emisor/receptor.
* Discutir si este modelo es eficaz o no para una educación liberadora y por qué.

② Enfasis en los efectos



Conviene analizar este segundo modelo con especial cuidado, porque es el que más ha influido en la concepción de la Comunicación: en casi todos los manuales de Comunicación que se utilizan como textos de estudio en nuestros países, los estudiantes encuentran, explícita o implícitamente, los principios rectores de este tipo de educación.

Otro motivo para examinarlos con atención es que, aparentemente, presenta características que compartimos:

*cuestiona el modelo tradicional; surgió como una reacción contra él, como una respuesta más actual, más "moderna";
*da mucha importancia a la motivación;
*rechaza el modelo libresco, los programas frondosos;
*plantea una comunicación con retroalimentación por parte del destinatario;
*postula como objetivo el "cambio de actitudes";
*es un método activo; propone acciones;
*se preocupa mucho de evaluar el resultado de las mismas.

Sin embargo, a pesar de esas aparentes coincidencias que pueden hacérnoslo atractivo, su diferencia con la educación liberadora es radical; y es, como hemos de ver, tan autoritario e impositivo como el modelo tradicional o quizá más.

EL ORIGEN DEL MODELO

Si el primer modelo -el que pone el énfasis en los contenidos- es de origen europeo y acuñado por la vieja educación escolástica y enciclopédica que recibimos del Viejo Mundo desde la Colonia, este segundo modelo nació en los Estados Unidos en pleno Siglo XX: durante la Segunda Guerra Mundial (década de los '40). Se desarrolló precisamente para el entrenamiento militar; para el rápido y eficaz adiestra- miento de los soldados.

Sus diseñadores -como apuntábamos antes- cuestionaban al tradicional método libresco por poco práctico; porque no lograba un verdadero aprendizaje en poco tiempo; por lento y caro. Y por ineficaz: el educando repite y después olvida. Proponían, en su lugar, un método más rápido y eficiente, más impactante, más "hecho en serie", de CONDICIONAR al educando para que adoptara las conductas y las ideas que el planificador había determinado previamente (lo cual explica, de paso, por qué este modelo ha tenido tanta aceptación en el ejército, en la guerra).

El que determina lo que el educando tiene que hacer, cómo debe actuar, incluso qué debe pensar, es el programador. Todos los pasos de la enseñanza vienen ya programados. Todo se convierte en técnicas: en técnicas para el aprendizaje.

Si se ha llamado al primer tipo "educación bancaria", a éste podría calificársele de educación MANIPULADORA.

EL MODELO LLEGA A AMERICA LATINA

En la década de los '60, en la llamada "década del desarrollo" o del "desarrollismo", llega este modelo a América Latina, importado de la Nación del Norte, como una respuesta de la Alianza para el Progreso al problema del "subdesarrollo".

Se pensaba que la solución para la pobreza en que se hallaban sumidos nuestros países "atrasados e ignorantes" era la modernización, esto es, la adopción de las características y los métodos de producción de los países capitalistas "desarrollados". Era necesario multiplicar la producción y lograr un rápido y fuerte aumento de los índices

de productividad; y, para ello, resultaba imprescindible la introducción de nuevas y modernas tecnologías. Las innovaciones tecnológicas eran vistas como la panacea para todos nuestros males; ellas por sí solas permitirían obtener progresos espectaculares.

La educación y la comunicación debían servir para alcanzar estas metas. Por ejemplo, debían ser empleadas para PERSUADIR a los campesinos "atrasados" a abandonar sus métodos agrícolas primitivos y adoptar rápidamente las nuevas técnicas.

Repárese en el verbo **persuadir.** PERSUASION es un concepto clave en este modelo. Ya no se trata, como en el anterior, sólo de informar e impartir conocimientos; sino sobre todo de convencer, de manejar, de condicionar al individuo, para que adopte la nueva conducta propuesta. Era menester buscar los medios y las técnicas más impactantes de penetración y de persuasión, para -así lo dice literalmente un escrito de 1960- **"cambiar la mentalidad y el comportamiento de millares de seres humanos que viven en el campo".**

Cambiarlos -claro está- **"para el bien de ellos mismos y de los demás miembros de la colectividad".** Estos educadores obraban de buena fe; creían sinceramente que ésa era la manera de ayudarnos a salir de la pobreza. No es necesario imaginarlos como maquinadores diabólicos. Todo manipulador legitima su obrar en la convicción de que lo hace por el bien de aquéllos a quienes intenta "conducir por el buen camino".

Así se instrumentó la llamada INGENIERIA DEL COMPORTAMIENTO.

En textos de Comunicación escritos por esos años, es posible encontrar definiciones tan significativas como la siguiente:

> El comunicador es una especie de arquitecto de la conducta humana, **un practicante de la ingeniería del comportamiento,** cuya función es inducir y persuadir a la población a adoptar determinadas formas de pensar, sentir y actuar, que le permitan aumentar su producción y su productividad y elevar sus niveles y hábitos de vida.(3)

(3) **JORGE RAMSAY y Otros: Extensión Agrícola - Dinámica del Desarrollo Rural. Instituto Interamericano de Ciencias Agrícolas, San José, Costa Rica. 1960 (4ta. edición, 1975).**

LAS BASES PSICOLOGICAS

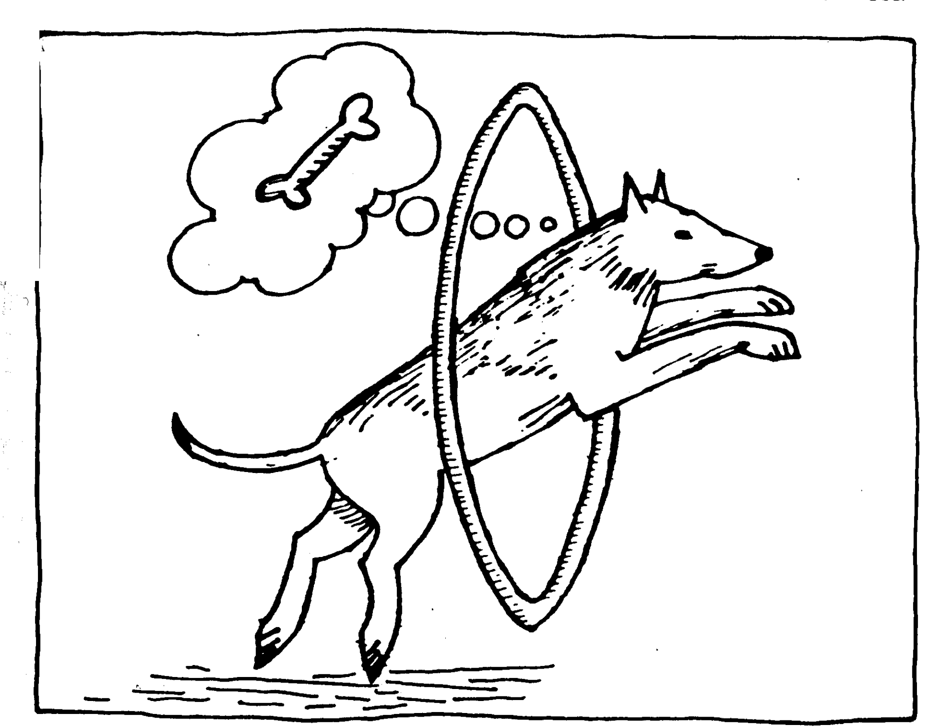
• No sería del todo justo afirmar que este tipo de educación "no tiene en cuenta al hombre". Por el contrario, existe todo un vasto estudio de la psicología humana desarrollado al servicio de esta corriente.

Pero no es una psicología que procure el pleno desarrollo autónomo de la personalidad del individuo, sino que investiga los mecanismos para poder "persuadirlo" y "conducirlo" más eficazmente; para moldear la conducta de las personas de acuerdo con los objetivos previamente establecidos.

Tal es el objetivo de la psicología CONDUCTISTA (o, en inglés, BEHAVIORISTA, de **behavior,** conducta), que se basa en el mecanismo de estímulos y recompensas y que originó este modelo educativo.

EL HABITO, LA RECOMPENSA

El conductismo asigna al HABITO un papel central en la educación. Por hábito entiende esta escuela "la rela-



ción entre el estímulo y la respuesta que la persona da a este estímulo, respuesta por la cual recibe recompensa". El hábito así definido es, pues, una conducta automática, mecánica, no-reflexiva, no-consciente y, por tanto, posible de ser condicionada, moldeada, suscitada externamente por el educador en poder del estímulo y la recompensa adecuadas. Educar no es razonar, sino generar hábitos.

Como el lector ya habrá advertido, se parte del mismo principio de la teoría neuro-fisiológica de los "reflejos condicionados" de Pávlov, aplicados aquí a la educación. De ahí que, para representar gráficamente este modelo educativo, Díaz Bordenave proponga el dibujo que consta en la página anterior.

EL "CAMBIO DE ACTITUDES"

La recompensa juega, pues, un papel capital en las técnicas educativas de este modelo. Ella es la que determina la creación de nuevos hábitos en el individuo. Es algo más que el premio de obtener una buena nota en un examen; debe ser algo capaz de mover al individuo para que adopte una nueva conducta; esto es, de provocar un efecto y producir un resultado.

Un buen ejemplo de recompensa lo encontramos en la campaña de control de natalidad realizada en la India, donde el organismo norteamericano que financió la campaña ofrecía de regalo una radio a transistores a todo hombre que se dejara esterilizar.

Es también en ese sentido que este modelo de educación habla de "CAMBIO DE ACTITUDES", entendido como la sustitución de hábitos tradicionales por otros favorables a las nuevas prácticas; pero siempre hábitos, vale decir, conductas automáticas, moldeadas, condicionadas.

EL MANEJO DEL CONFLICTO; LA RESISTENCIA AL CAMBIO

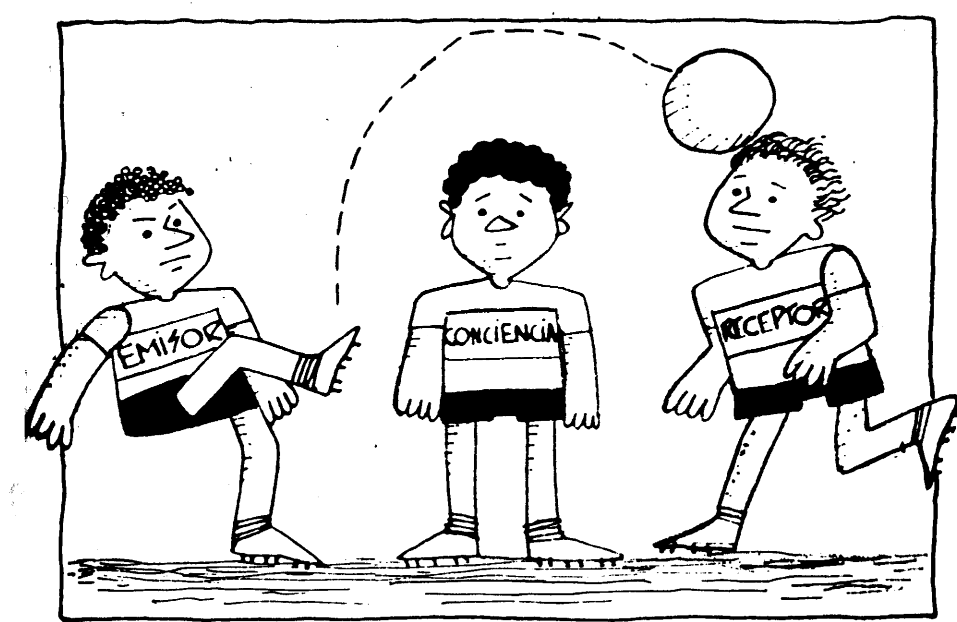
Es asimismo significativa la estrategia que adopta este modelo de educación en relación al **conflicto.**

Los educadores y comunicadores formados en este modelo, al plantearse las técnicas para imponer la modernización y el "cambio de actitudes", prevén lo que ellos llaman "resistencia al cambio": creencias, mitos, juicios, tradiciones, valores culturales ancestrales que conforman y condicionan el comportamiento social de las personas y que pueden entrar en conflicto con los nuevos hábitos propuestos, generando resistencia y rechazo.

¿Cuál es la estrategia que aconseja en ese caso la comunicación persuasiva? Ante todo, desde luego, no hacer caso ni escuchar a los destinatarios; considerar que el técnico siempre tiene razón y que si la gente no quiere aceptar las nuevas conductas es siempre por "prejuicios", por "ignorancia", por "atraso". Y, en segundo lugar, tratar de introducir la nueva conducta **evitando el conflicto.**

"Para sustituir algo -dicen- no es indispensable discutir los defectos de lo anterior. Es mejor resaltar las ventajas de lo nuevo que se propone e **insistir en la recompensa.** Cuando el mensaje no está de acuerdo con los valores del medio social del que forma parte el destinatario, se debe **omitir toda referencia a ese desacuerdo".**

Es decir, INCULCAR LAS NUEVAS ACTITUDES SIN PASAR POR LA REFLEXION, POR EL ANALISIS; SIN PASAR POR LA CONCIENCIA; SIN SOMETERLAS A UNA LIBRE ELECCION.



La conciencia, la libertad, molestan, fastidian. Hacen perder tiempo. Hay que lograr un resultado: no que la persona piense, discuta la cuestión y tome una decisión libre y autónoma (porque eso lleva tiempo y hay serio peligro de que al final termine rechazando la propuesta), sino persuadirla, condicionarla, ofrecerle el cebo de una recompensa, para que adopte de una vez el cambio que se desea imponer.

¿DONDE ESTA PRESENTE ESTE MODELO?

* Ya dimos un ejemplo: en las **técnicas difusionistas** de modernización agrícola. Muchos extensionistas las aplican.
* Lo encontramos también en el **entrenamiento técnico-profesional**: adiestramiento de operarios, enseñanza de oficios.
* Lo hallamos asimismo en todo el conjunto de técnicas, métodos y aparatos de la llamada "tecnología educativa"; en las "máquinas de enseñar" que dan lugar a la "instrucción programada".
* Está muy presente también en la mayoría de los métodos diseñados para la llamada **"educación a distancia"**, donde el estudiante estudia solo, pero no investigando ni pensando por su cuenta, sino siguiendo los pasos rígidamente prefijados por el programador del curso e instrumentados en una batería de cassettes, programas de televisión, video-cassettes, etc., donde ya viene todo definido.
* Otra de las aplicaciones de la tecnología educativa consiste en los **exámenes escritos de opciones múltiples,** con varios respuestas ya formuladas y un casillero donde el estudiante debe marcar con una cruz la que cree correcta.

  Este tipo de examen tecnifica la enseñanza, porque después se lo puede procesar rápidamente por computadora sin necesidad de intervención del profesor para corregirlo. Pero suprime todo interés por lo que constituye el verdadero objeto de la educación: el razonamiento personal por el cual el estudiante llegó a la respuesta (a la que con este procedimiento puede arribar incluso por azar, por mera adivinanza). Y excluye, desde luego, toda posibilidad de que el educando proponga una respuesta propia, personal, reelaborada por él, que no coincida con ninguna de las opciones formualdas.

  Todo se reduce, no a razonar, no a relacionar, sino a respuestas "correctas" e "incorrectas".

EL MODELO EN NUESTRA VIDA COTIDIANA

Aun cuando no tengamos experiencia personal de haber sido sometidos a este modelo de educación, lo conocemos por analogía, por fenómenos sociales que aplican esos mismos mecanismos, tales como:

* **Los medios masivos de comunicación** (televisión, prensa, radio, cine comercial, revistas), los que se valen con frecuencia de estos mismos resortes condicionadores para manipular la opinión del público y moldear y uniformar sus conductas. No es de sorprender que este modelo de educación sea el que asigne más importancia a los medios masivos y los emplee ampliamente en sus **"campañas educativas".**
* **Las técnicas publicitarias** (propaganda comercial) que actúan por presión, por repetición y por motivaciones subliminales y donde lo que interesa es que el público compre el producto anunciado (efecto) aunque lo haga por mero impulso, sin pensar, sin conciencia de los motivos de su acto y seducido por un mecanismo ilusorio de estímulo/recompensa que nada tiene que ver con el contenido y el uso del producto: **"Camisa X: el secreto del éxito"... "Desodorante N para conquistar a los hombres... El desodorante de la seducción"...**
* **La propaganda política** (particularmente la electoral), la que por lo general sólo se propone crear una presión para que la masa vote al candidato (efecto) sólo por su presencia y su destreza oratoria, sin reflexión ni análisis ni conocimiento de su programa de gobierno. El **slogan** es un gran recurso emocional de esta concepción educativa.

EL MODELO EN SU APLICACION

Volvamos al modelo en lo estrictamente educacional. Muchas de sus características han sido ya señaladas; añadamos aquí algunas pocas más:

* Así como en el modelo tradicional el eje residía en el

profesor y el texto, aquí el centro es el PROGRAMADOR. El trabajo de enseñar se deja para materiales escritos o audiovisuales, máquinas de enseñar, computadoras, etc.

* El planeamiento de la instrucción y su programación es encarada como una ingeniería del comportamiento.
* Se da una apariencia de participación de los educandos o receptores. Pero es sólo una apariencia, una seudoparticipación: los contenidos y los objetivos ya están definidos y programados de antemano. El educando sólo "participa" ejecutándolos. (Por ejemplo: cuando se ofrece un curso de cultivo de frutales, los campesinos participan en las prácticas; pero no tienen ninguna posibilidad de pasar a discutir su realidad económica y la manera de pasar a liberarse de las "roscas" que se quedan siempre con su ganancia por más que ellos aumenten la producción).



ALGUNAS CONSECUENCIAS

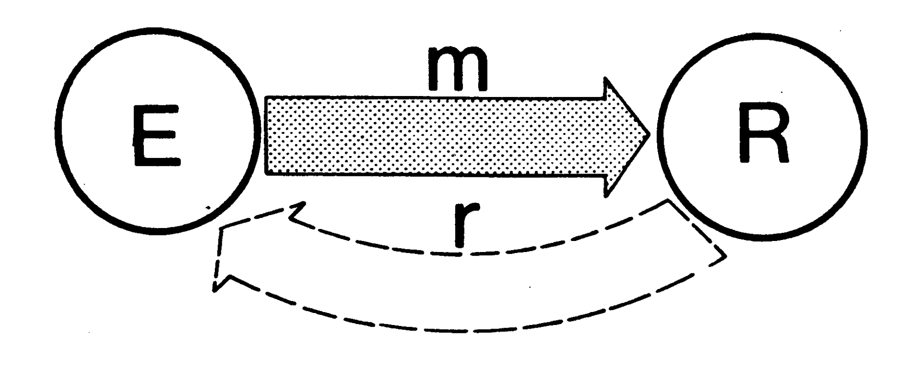
* Al ser establecidos los objetivos de manera específica y rígida por el programador, el educando se acostumbra a ser guiado por otros.
* El suministro de enseñanza en forma individual tiende a aislar a las personas, a no dar ocasión a la actividad cooperativa y solidaria.
* En cambio, tiende a desarrollar la competitividad.
* Desde el punto de vista de los valores sociales, por la vía de la recompensa individual inmediata, se implantan o refuerzan valores de carácter mercantil o utilitario, tales como el éxito material como criterio de valoración, el consumismo, el individualismo y el lucro.
* Al ser socavados sus valores culturales tradicionales, los educandos sufren la pérdida de su identidad cultural, lo que les quita su seguridad y sus referencias; y quedan en una situación de desarraigo.
* Por otra parte, el método no facorece el desarrollo del raciocinio. Como sólo valora los resultados (efecto) en términos de logro de objetivos operacionales preestablecidos, este tipo de educación no contribuye al desarrollo de la creatividad y de la conciencia crítica.
* Tampoco favorece la inter-relación, la integración de los conocimientos adquiridos, la capacidad de analizar la realidad en forma global, de sacar consecuencias.
* No se promueve la participación, la autogestión, la toma autónoma de decisiones.
* Por último, desde el punto de vista socio político, es obvio que este modelo de educación tiene un efecto domesticador, de adaptación al statu quo.

OBJETIVO: QUE EL EDUCANDO <u>HAGA</u>

COMO CONCIBE ESTE MODELO LA COMUNICACION

El esquema de comunicación persuasiva introduce una diferencia importante con respecto al sustentado por la educación tradicional.

Se hace necesario analizarlo con especial atención, porque se trata del modelo clásico de comunicación, el más difundido y consagrado.



Sigue habiendo un emisor (E) protagonista, dueño de la comunicación, que envía un mensaje (m) a un receptor (R), el cual por consiguiente, continúa reducido a un papel secundario, subordinado, dependiente; pero ahora aparece una respuesta o reacción del receptor, denominada **retroalimentación** (r) o, en inglés, **feedback**, la cual es recogida por el emisor.

El modelo puede ser percibido, por lo tanto, como algo más equilibrado y participativo, ya que, aparentemente, le reconoce un papel relativamente más activo al receptor, a quien se le daría al menos la oportunidad de reaccionar ante el mensaje recibido y tener así alguna influencia, algún peso en la comunicación. Parecería atenuarse la unidireccionalidad del modelo e insinuarse una cierta bidireccionalidad.

Sin embargo, no debemos olvidar que estamos ante una comunicación persuasiva cuyo objetivo es el de conseguir efectos. Indagando con más rigor, se descubre que en ella el **feedback** tiene un significado y una función muy diferentes. Tomemos un texto de un comunicador de esta corriente, quien define el verdadero sentido del modelo en forma sumamente clara.

"Cuando aprendemos a expresar nuestro mensaje en términos de respuestas específicas por parte de aquellos que lo reciben, damos el primer paso hacia la comunicación eficiente y eficaz" (David Berlo).

Ante una propuesta de cambio -intento de comunicación- la reacción del sujeto puede ser positiva o negativa. Por ejemplo, cuando a través de nuestra campaña educativa proponemos al campesino adoptar un nuevo producto químico para combatir determinada plaga, el campesino puede aceptar la propuesta o rechazarla. Si la acepta, hay comunicación. Si no ha habido el cambio apetecido, si no se produjo la respuesta deseada ante el estímulo empleado, puede considerarse que la comunicación ha sido fallida. O, más radicalmente aún, puede afirmarse técnicamente que no hubo comunicación.[4]

El texto transcrito no deja lugar a dudas. Comunicar es imponer conductas, lograr acatamiento. En tal contexto, la retroalimentación es tan sólo la comprobación o confirmación del efecto previsto (es decir, la "reacción del sujeto" ante la "propuesta" o "intento de comunicación"). Ella puede ser positiva si el individuo acata la propuesta o negativa si la rechaza. En este último caso, le sirve al emisor como instrumento de verificación y control: puede ajustar los próximos mensajes, regularlos, hacerles los cambios formales requeridos para, ahora sí, obtener el efecto prefijado, la respuesta deseada.

En un excelente estudio crítico, un especialista tan autorizado como Beltrán confirma cabalmente esta explicación del real significado del concepto:

La retroalimentación remite a los mecanismos de control destinados a asegurar que los organismos se ajusten automáticamente a las metas de comportamiento. De hecho, según Wiener, trátase del "control de los efectos del mensaje".

---

(4) RAMSAY y Otros, obra citada (ver nota 3).

Aunque el concepto haya sido creado básicamente en el campo de la ingeniería, fue aceptado por muchos teóricos de la comunicación humana por considerarlo útil también para describir el proceso de esta última. Hallaban que, si las fuentes emisoras querían producir en los receptores ciertos efectos con su mensaje, debían recibir de vuelta, por parte de estos últimos, reacciones indicativas en cuanto a la eficacia del esfuerzo persuasivo y, según ese resultado, ajustar los mensajes a sus objetivos.

En conclusión, en la definición clásica de comunicación, el objeto principal de ésta es el propósito del comunicador de afectar en una cierta dirección el comportamiento del receptor. La retroalimentación es un instrumento para asegurar el logro de las metas del comunicador.(5)

Nada hay aquí, pues, de participación ni de influencia del receptor en la comunicación. Sólo hay acatamiento, adaptación, medición y control de efectos. La retroalimentación no es sino EL MECANISMO PARA COMPROBAR LA OBTENCION DE LA RESPUESTA BUSCADA Y QUERIDA POR EL COMUNICADOR. Como bien señala Escarpit, "el **feedback** tiene una función de regulación destinada a mantener una situación en un estado estable; es una forma de 'robotización' social".(6)

Aunque se la haya querido entender y presentar como una forma primaria de participación del público, la retroalimentación o "comunicación de retorno" no es, en esta concepción, más que un engranaje del proceso de condicionamiento de los receptores: primero se los condiciona en su conducta, sus actitudes y sus hábitos y luego se verifica si dan la respuesta para la cual han sido condicionados.

Dos buenos ejemplos prácticos de este mecanismo los hallamos:

(5) LUIS RAMIRO BELTRAN: Adiós a Aristóteles - Comunicación Horizontal. Revista Comunicação e Sociedade, No. 6, São Paulo, setiembre 1981.

(6) ROBERT ESCARPIT: Teoría General de la Información y la Comunicación. Icaria, Barcelona, 1977.

- en la publicidad comercial, cuyo **feedback** consiste en la comprobación posterior del aumento de ventas logrado por la campaña publicitaria; y
- en el **rating** de audiencia de los canales de televisión, el que luego les permite afirmar que es el público el que escoge "libremente" y determina la programación.

NOSOTROS, COMUNICADORES POPULARES, ANTE EL MODELO

Quizás más de una vez el lector habrá podido observar que, en actos culturales y artísticos populares, el compañero al que le toca oficiar de presentador o animador -así sea un militante de base con alto grado de compromiso- tiende a imitar en su actuación los recursos manipuladores del animador profesional de los shows de la televisión. "Pantallea". Fuerza a la gente a aplaudir una y otra vez a los artistas populares que presenta, reclama a gritos que se los aplauda con más vigor, grita consignas y exige compulsivamente que el público las coree...

Mencionamos este ejemplo trivial (o acaso no tan trivial) para sugerir que, aunque conscientemente lo critiquemos y rechacemos, el modelo de comunicación dirigista está tan presente en la comunicación masiva y en tantas otras manifestaciones de la sociedad, que acaso los comunicadores populares no siempre seamos inmunes a su influencia. La tentación de manipular reviste el atractivo de aparecer como el medio más eficaz y más rápido de lograr un resultado; y siempre se lo puede justificar en función de ese resultado.

Más que denunciar indicios, creemos que éste es un tema de reflexión para que cada lector -o mejor, cada grupo- lo medite y lo discuta. ¿En qué medida nos vemos reflejados en el modelo educativo que se acaba de describir? ¿En qué medida, consciente o inconscientemente, reproducimos en nuestras producciones de comunicación el tipo de pedagogía que pone el énfasis en los efectos? La pregunta queda abierta para que todos analicemos, con honesto espíritu autocrítico, nuestra concepción y nuestro estilo de trabajo.

Aportamos tan sólo algunas pistas para esa reflexión.

Aun cuando no apelemos a recompensas materiales

ni fomentemos el individualismo y la competencia, podemos caer en parte en esta concepción dirigista cuando:

* Damos más importancia a los EFECTOS inmediatos de nuestras realizaciones y acciones que al PROCESO de los participantes y así forzamos resultados sin respetar el ritmo de crecimiento de nuestros destinatarios y su libertad de opción.

* Confundimos COMUNICACION con PROPAGANDA y reducimos nuestro trabajo de comunicación a tareas de "agitación", a slogans, a campañas, a consignas.

* Asignamos más importancia a la CANTIDAD que a la CALIDAD; contabilizamos adeptos, adherentes, lectores, espectadores, oyentes por su número y no analizamos si han captado y comprendido el significado de su compromiso.

* No consideramos a nuestros destinatarios como PERSONAS sino como MASAS a las que a nosotros, los "dirigentes lúcidos y esclarecidos", nos toca "conducir".

* Planificamos el contenido de nuestros medios de comunicación, nuestras campañas, etc., nosotros solos, por nuestra cuenta, sin dar participación a la comunidad; y reducimos la "participación" de ésta a que asista a nuestros actos, lea, vea u oiga nuestros mensajes y ejecute las acciones que nosotros hemos programado.

* En nuestros mensajes, buscamos sobre todo "impacto", apelamos a los EFECTOS EMOCIONALES más que a los CONTENIDOS RACIONALES; y apabullamos a los espectadores con imágenes y estímulos afectivos sin facilitar su propia reflexión, su propio análisis.

EL RIESGO DE ABSOLUTIZAR

Confiamos en no ser mal comprendidos. Si, por un lado, hay algunos comunicadores populares que, inadvertidamente, se dejan fácilmente llevar por la tentación de manipular, los hay también quienes, por reacción, temen tanto el caer en ese error que tienden a ver manipulación en todo.

Es bueno y sano estar siempre alertas y ser críticos.

Pero llevar esta actitud a extremos irreales, puede resultar paralizante. Por temor al fantasma de la manipulación, podríamos terminar bloqueados y no hacer ningún trabajo concreto.

Esperamos que, a lo largo del libro, el concepto se vaya precisando más. La comunicación popular, siempre **poniendo su énfasis en el proceso,** también tiene que atender a los contenidos y a los resultados. La propaganda, la consigna, el símbolo, la expresión colectiva y masiva, el elemento emocional, puestos dentro de sus justos límites, ocupan un espacio necesario y legítimo en la práctica comunicacional y organizativa del pueblo. **En tanto no sustituyan ni ahoguen el proceso.**

¿ES EFICAZ EL MODELO CONDUCTISTA?

La receta conductista atrae por su aparente eficacia. "No será muy ética, pero, ¡diablos!... da resultado".

Así como hemos señalado anteriormente que el modelo bancario, además de ser impositivo, tampoco es pedagógicamente redituable, es bueno ahora poner de relieve que, si rechazamos el modelo dirigista, no es sólo por reservas éticas, sino también por su **muy baja eficacia** para el trabajo popular.

Conviene en primer lugar anotar que, en sus aplicaciones educativas específicas, este método mecanicista presenta más fracasos que éxitos. Por fortuna, los seres humanos no somos tan "moldeables" como lo suponían los "ingenieros del comportamiento".

Pero, en todo caso, hay que preguntarse si el modelo resulta productivo para nuestra acción popular. Del hecho de que la manipulación demuestre ser eficaz en ciertos casos cuando la utilizan la clase dominante; el sistema establecido, no se infiere que también lo sea en la educación del pueblo. Imponer, moldear conductas, tratar de suscitar hábitos automáticos, no generan -ya lo hemos visto- creatividad ni participación ni conciencia crítica. **Y sin ellas no hay trabajo popular perdurable y eficaz.**

Nuestros mensajes liberadores, concientizadores, problematizadores, van "contra la corriente" del sistema, de

la ideología dominante. Los mecanismos que éste emplea para reforzar sus valores, son inoperantes cuando se trata justamente de cuestionar y cambiar esos valores. No se "vende" criticidad, solidaridad, liberación, con los mismos recursos con que se vende Coca-Cola.

SUGERENCIAS PARA EL FACILITADOR

* **LA DINAMICA DE "LOS MUDOS".** Esta pequeña escenificación resulta muy útil para problematizar la seudo-comunicación de los medios masivos.

Se pide la colaboración de tres o cuatro voluntarios, a los que se les tapa la boca con una venda. Uno de los facilitadores (o algún colaborador previamente preparado) los llama, los invita a sentarse en torno suyo y, en tono de voz normal, les dice: "Les comunico que la Organización ha decidido realizar un acto artístico para celebrar el Primero de Mayo". Y luego les imparte instrucciones: uno de ellos deberá encargarse de conseguir el local, otro de los números artísticos, otro de la propaganda, etc. Tras lo cual, les dice que pueden retirarse a ejecutar sus directivas. Los voluntarios se levantan y se retiran.

En seguida, creamos una segunda situación: se les quita la venda a los voluntarios, el facilitador los llama nuevamente y les dice: "Creemos que debiéramos organizar algo para el Primero de Mayo. ¿Qué les parece? ¿Qué opinan? ¿Qué deberíamos hacer?" Los otros, por supuesto, comienzan a opinar, a proponer, a dar su parecer. Allí cortamos la escenificación: ya se ha cumplido su propósito.

Luego, planteamos al Taller: ¿En cuál de estas dos situaciones diríamos que ha habido comunicación? Lógicamente, casi todos señalan que sólo en la segunda, ya que en la primera únicamente hablaba el directivo; los otros no podían hablar, estaban enmudecidos por la venda.

Entonces, llevamos al grupo a confrontar la primera situación con el modelo clásico de comunicación; y, con sorpresa, los participantes descubren que, a pesar de las mordazas, el modelo se ha cumplido a cabalidad: el emisor ha transmitido un mensaje a los receptores e incluso ha habido **feedback**, "respuesta", puesto que éstos se han ido a ejecutar las instrucciones recibidas. La comprobación impacta al grupo, ya que los conduce a percibir cómo el consagrado modelo que legitima a los medios masivos de "comunicación" oculta la realidad de que en él los receptores son mudos; están impedidos de hablar.

Otras dos comprobaciones interesantes:

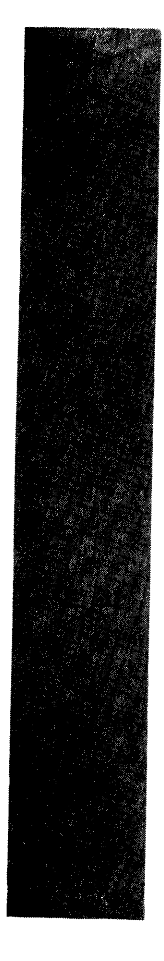
- El contenido del mensaje era bueno, compatible: celebrar el 1o. de Mayo. Y sin embargo, la situación era autoritaria. Vemos entonces que el problema de los medios masivos no es sólo de contenidos, sino también de forma de comunicar.

- Aunque el emisor impartió sus instrucciones en tono normal, sin prepotencia, lo mismo la relación era autoritaria e impositiva, por el solo hecho de que los convocados no podían replicar ni opinar.

De estas comprobaciones se puede inferir que, siempre que alguien monopoliza la palabra y se adjudica el rol de emisor exclusivo, incurre en una comunicación impositiva, independientemente de sus intenciones, del contenido de sus mensajes y del tono que emplea.

También será interesante analizar la expresión empleada por el emisor: "Les comunico que..." ¿En qué sentido está dicha? ¿Qué entiende este emisor por "comunicar"?

Por último, se puede preguntar a los voluntarios cómo se sintieron en una y otra situación, y en cual de las dos estuvieron más motivados para colaborar. Seguramente en la segunda, cuando se les permitió opinar, dialogar, proponer, participar en las decisiones.



De ahí se desprende que la comunicación concebida como diálogo no es sólo la más humana y respetuosa de la persona, sino también **la más eficaz.**

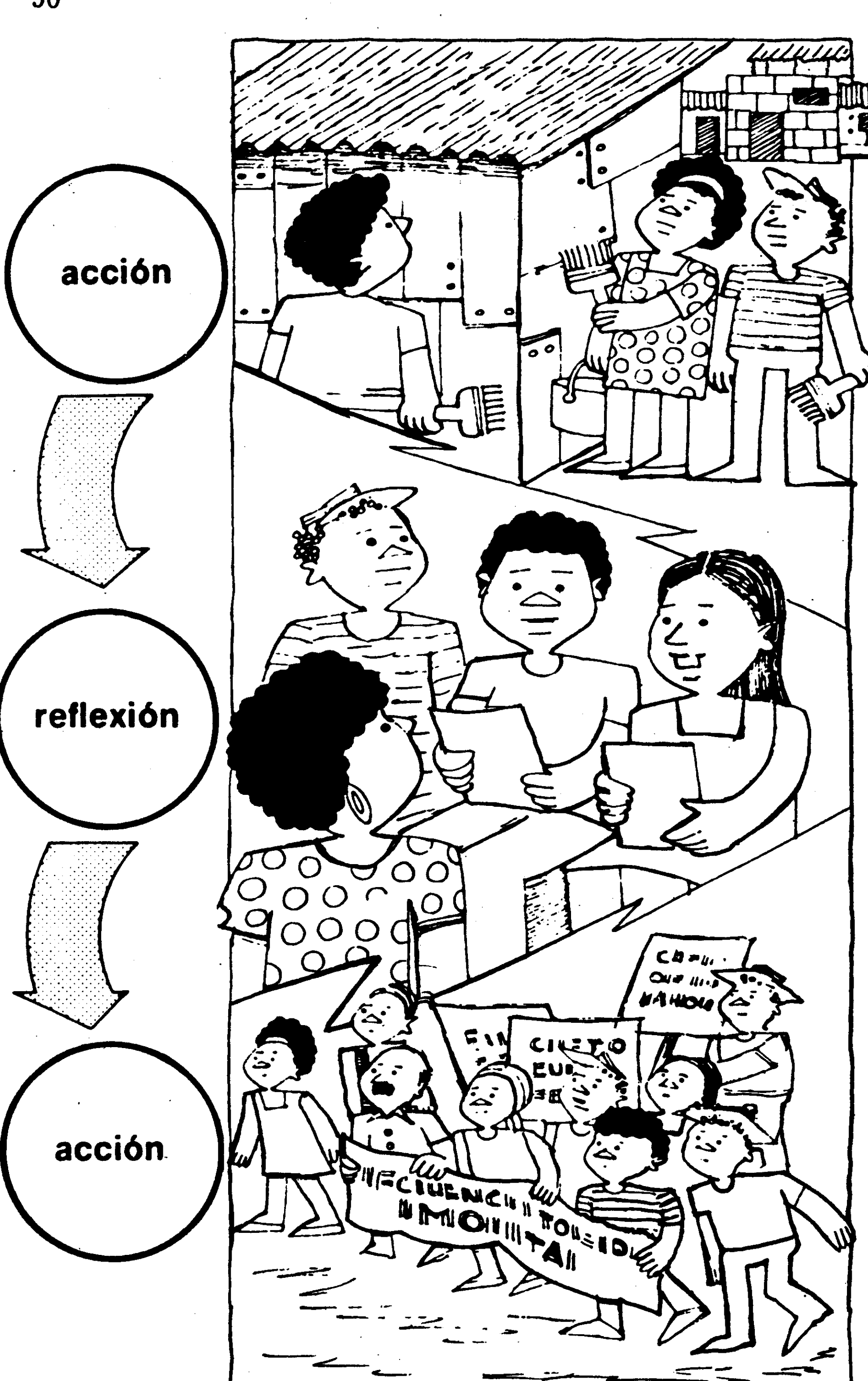
* Analizar anuncios de publicidad comercial. Buscar dónde está la imaginaria "recompensa" que ofrecen (por ejemplo, la camisa o el cigarrillo que se valen de un modelo "sexy" para vender el producto... los champúes y desodorantes que ofrecen a la mujer la promesa de que, usándolos, lograrán romper su soledad y rodearse de pretendientes).
* Analizar la propaganda de la última campaña electoral celebrada en el país, sus slogans, los efectos de que se valió cada candidato.
* Reproducir la actuación del animador y presentador de un acto cultural popular. Analizar sus recursos y actitudes y confrontarlas con las de los profesionales de los shows televisivos.
* Analizar medios de comunicación popular -incluso los producidos por los propios participantes- y detectar posibles influencias del modelo dirigista (pueden ser útiles las pautas de análisis enunciadas en las páginas 43 -44).

③ Enfasis en el proceso



Veremos, finalmente, el tercer tipo de educación: el endógeno, el que se centra en la persona y pone el énfasis en el proceso.

Es el modelo pedagógico que Pablo Freire, su principal inspirador, llama "educación liberadora" o "transformadora".



SU ORIGEN

En cierto modo, se puede decir que es un modelo gestado en América Latina. Aunque recibió valiosos aportes de pedagogos y sicólogos europeos y norteamericanos, es en nuestra Región donde Freire y otros educadores le imprimen su clara orientación social, política y cultural y la elaboran como una "pedagogía del oprimido", como una educación para la liberación de las clases subalternas y un instrumento para la transformación de la sociedad.

SUS BASES

Partiremos, para caracterizarla, de una frase del propio Freire: "La educación es praxis, reflexión y acción del hombre sobre el mundo para transformarlo".

Ya no se trata, pues, de una educación para informar (y aún menos para conformar comportamientos) sino que busca FORMAR a las personas y llevarlas a TRANSFORMAR su realidad. De esa primera definición, el pensador brasileño extrae los postulados de esta nueva educación:

- No más un educador del educando
- No más un educando del educador
- Sino un educador-educando con un educando-educador.

Lo cual significa:

- que nadie educa a nadie;
- que tampoco nadie se educa solo;
- sino que los hombres se educan entre sí mediatizados por el mundo.

Esta dinámica en el transcurso de la cual los hombres se van educando entre sí, es precisamente "el proceso" educativo.

¿QUE ES "ENFATIZAR EL PROCESO"?

Es ver a la educación como un proceso permanente, en que el sujeto va descubriendo, elaborando, reinventando, haciendo suyo el conocimiento.

Un proceso de acción-reflexión-acción que él hace

desde su realidad, desde su práctica social, junto con los demás.

Y en el que hay también quien está ahí -el "educador/educando"- pero ya no como el que enseña y dirige, sino para acompañar al otro, para estimular ese proceso de análisis y reflexión, para facilitárselo; para aprender junto a él y de él; para construir juntos.

EL CAMBIO EN ESTE MODELO

Si bien se mira, este modelo también se plantea un "cambio de actitudes"; pero no asociado a la adopción de nuevas tecnologías ni al condicionamiento mecánico de conductas. El cambio fundamental aquí consiste en el paso de un hombre acrítico a un hombre crítico; en ese proceso de un hombre desde los condicionamientos que lo han hecho pasivo, conformista, fatalista, hasta la voluntad de asumir su destino humano; desde las tendencias individualistas y egoístas hasta la apertura a los valores solidarios y comunitarios.

Casi no es necesario subrayar que esta transformación no se puede lograr jamás por vía de mecanismos manipuladores. Se trata, necesariamente, por propia exigencia de los objetivos, de un proceso libre, en el que el hombre debe tomar sus opciones cada vez con mayor autonomía.

UNA EDUCACION QUE PROBLEMATIZA

Se trata asimismo de una educación **problematizadora**, que busca ayudar a la persona a desmitificar su realidad, tanto física como social.

Lo que importa aquí, más que enseñar cosas y transmitir contenidos, es que el sujeto **aprenda a aprender**; que se haga capaz de razonar por sí mismo, de superar las constataciones meramente empíricas e inmediatas de los hechos que lo rodean (**conciencia ingenua**) y desarrollar su propia capacidad de deducir, de relacionar, de elaborar síntesis (**conciencia crítica**).

Lo que el adulto carente de educación necesita no es sólo ni tanto datos, informaciones, cuanto instrumentos para pensar, para inter-relacionar un hecho con otro y sacar consecuencias y conclusiones; para construirse una explicación global, una cosmovisión coherente. Su mayor carencia no está tanto en los datos y nociones que ignora, sino en los condicionamientos de su raciocinio no ejercitado que lo reducen sólo a lo que es capaz de percibir en su entorno inmediato, en lo contingente.

UN MODELO AUTOGESTIONARIO

El modelo se basa en la participación activa del sujeto en el proceso educativo; y forma para la participación en la sociedad.

Como se ha visto, tiene que ser así, participatorio, no sólo por una razón de coherencia con la nueva sociedad democrática que busca construir, sino también por una razón de eficacia: porque sólo participando, involucrándose, investigando, haciéndose preguntas y buscando respuestas, problematizando y problematizándose, se llega realmente al conocimiento.

Se aprende de verdad lo que se vive, lo que se recrea, lo que se reinventa y no lo que simplemente se lee y se escucha.

Sólo hay verdadero aprendizaje cuando hay proceso; cuando hay autogestión de los educandos.

PROCESO, ERROR, CONFLICTO

* A diferencia del modelo bancario, éste no rechaza el **error**, no lo ve como fallo ni lo sanciona; sino que lo asume como una etapa necesaria en la búsqueda, en el proceso de acercarse a la verdad. En esta educación no hay errores sino aprendizajes.

* También es distinta su actitud ante el **conflicto**. En lugar de eludirlo, lo asume como fuerza generadora, problematizadora. Sabe que sin crisis difícilmente hay crecimiento.

  No postula, claro está, el agredir al sujeto y enrostrarle bruscamente lo que subyace de acrítico, de alienante en su cosmovisión de dominado; pero tampoco ocultarle las contradicciones entre esa cosmovisión y la nueva perspectiva liberadora en cuya construcción participa. Para que haya real proceso transformador, es necesario que los estereotipos y los hábitos del hom-

bre dominado afloren a su conciencia y él vaya poco a poco revisándolos críticamente.

OTROS RASGOS DEL MODELO

* No es una educación individual, sino siempre GRUPAL, comunitaria: "nadie se educa solo", sino a través de la experiencia compartida, de la inter-relación con los demás.
"El grupo es la célula educativa básica" (Freire).

* El eje aquí no es el profesor, sino el **grupo** educando. El educador está ahí para estimular, para facilitar el proceso de búsqueda, para problematizar, para hacer preguntas, para escuchar, para ayudar al grupo a que se exprese y aportarle la información que necesita para que avance en el proceso.

* Este tipo de educación exalta los valores comunitarios, la solidaridad, la cooperación; exalta asimismo la creatividad, el valor y la capacidad potencial de todo individuo.

* Si la educación es un proceso, es un proceso **permanente.** No se limita a unos momentos en la vida, a unas instancias educativas, a un curso escolar de equis meses. La educación se hace en la vida, en la praxis reflexionada.

* No se asusta ente la ambigüedad de la realidad, ante la pluralidad de opciones. Es una educación no-dogmática, abierta.

* Esta pedagogía también puede emplear -y de hecho emplea- recursos **audiovisuales**, pero no para reforzar contenidos sino para problematizar y para estimular la discusión, el diálogo, la reflexión, la participación.

* En la esfera psicosocial y cultural, sus metas son:

  - favorecer en el educando la toma de conciencia de su propia dignidad, de su propio valor como persona;

  - ayudar al sujeto de la clase popular a que supere su "sentimiento aprendido" de inferioridad, recomponga su autoestima y recupere la confianza en sus propias capacidades creativas.

* Y es, claramente, una educación con un compromiso social: una educación comprometida con el oprimido y que se propone contribuir a su liberación.

Su "mensaje" central es la libertad esencial que todo hombre tiene para realizarse plenamente como tal en su entrega libre a los demás hombres.

* * *

Si se pudo caracterizar al primer tipo de educación como el que se propone que el alumno APRENDA y el segundo como el que busca que el receptor HAGA, podría resumirse la finalidad de este modelo en la siguiente formulación:

OBJETIVO: QUE EL SUJETO **PIENSE** y que ese pensar lo lleve a transformar su realidad

EL PAPEL NECESARIO DE LA INFORMACION

Parecería que este modelo de educación no presenta, como los precedentes, consecuencias cuestionables.

Sin embargo, es preciso señalar un riesgo que ella implica y una consecuencia negativa que de ella puede derivar; no de la educación autogestionaria en sí misma, sino del hecho de mal entenderla; de exagerarla y absolutizarla a tal extremo que termine por hacerla inoperante.

Hay críticos radicales que son "más freiristas que Freire" y que tienden a condenar todo aporte del educador o del comunicador como una imposición y hasta como una manipulación.

Si es cierto que "nadie educa a nadie", también lo es que "nadie se educa solo". Poner el énfasis en el diálogo, en el intercambio, en la interacción de los participantes, no significa prescindir de la información. Ni equivale a afirmar que todo, absolutamente todo, ha de salir del auto-descubrimiento del grupo.

> La educación popular rechaza tanto la idea de diferenciación jerárquica entre educadores y educandos -los primeros dueños de una verdad que llevan a los segundos- como la de "un educador pasivo que por un malentendido 'respeto' al pueblo se desresponsabiliza de la finalidad del proceso educativo y se inhibe de hacer su aporte".[7]

El propio Freire, máximo inspirador de la educación autogestionaria, ha visto necesario precisar en uno de sus últimos libros que **"conocer no es adivinar"** y que **"la información es un momento fundamental del acto del conocimiento".**

Esto no significa retractarse de los principios de la pedagogía liberadora. Lo decisivo, lo que hay que preguntarse, es **cómo** y en qué contexto se proporciona esa información. Si se la da impositivamente, como conocimiento arribado "en paracaídas", sólo porque "está en el programa", como una mera transmisión del "emisor" a los "receptores", ella entraría indudablemente en franca contradicción con esos principios.

Pero aportar una información dentro de un proceso es otra cosa. Freire lo explica así:

> En la relación entre el educador y los educandos, mediatizados por el objeto que ha de descubrirse, lo importante es el ejercicio de la actitud crítica frente al objeto y no el discurso del educador en torno al objeto.
>
> Aun cuando los educandos necesiten alguna información indispensable para la prosecución del análisis -puesto que conocer no es adivinar- nunca hay que olvidar que toda información debe ir precedida de cierta problematización. Sin ésta, la información deja de ser un momento fundamental del acto del conocimiento y se convierte en la simple transferencia que de ella hace el educador a los educandos.[8]

(7) MARIA CRISTINA MATA: La Investigación Asociada a la Educación Popular. Papel de trabajo. Lima, 1981. La cita entre comillas está tomada de un trabajo de JUAN E. GARCIA HUIDOBRO y SERGIO MARTINIC.

(8) PAULO FREIRE: Cartas a Guinea-Bisau. Siglo XXI, México, 1977.

La información, pues, es necesaria. Un dato, un aspecto de la realidad, puede ser indispensable para que el grupo avance. Y el educador (o el comunicador) no debe dejar de aportarlo.[9] Pero esa información debe responder a una previa problematización: a una necesidad que el grupo siente, a unas preguntas que éste se formula, a una búsqueda, a una inquietud. Si esa inquietud no nace en el grupo y el educador juzga que esa información es imprescindible para que los educandos puedan avanzar en su proceso, su primera tarea será despertar esa inquietud, hacer que esas preguntas surjan; vale decir, problematizar. Sólo entonces aportará la información. Porque sólo así el grupo la incorporará, la hará suya.

Como comunicadores populares, es importante que retengamos esta recomendación. Ella nos da una pauta clave para la formulación de nuestros mensajes. Más adelante hemos de ver cuánto y cómo se aplica a nuestro trabajo.

LOS CONOCIMIENTOS PRACTICOS

De modo similar suele plantearse el problema de la instrucción. Cuando se necesita enseñar destrezas, técnicas, conocimientos prácticos -se argumenta- no es posible aplicar esta pedagogía de proceso, de auto-descubrimiento.

Díaz Bordenave discute este tema y llega a una respuesta razonable y equilibrada. El piensa que estas dos

(9) (Addenda a esta nueva edición). En textos recientes, FREIRE ha sido todavía más claro y preciso, declarándose "en oposición positiva tanto al autoritarismo arrogante cuanto al espontaneísmo irresponsable" (prólogo a J. WERTHEIN, A. CASTILLO, P. LATAPI y M. KAPLUN - Educación de Adultos en América Latina, Ediciones de la Flor, Buenos Aires, 1985) y rechazando la posición de algunos educadores que él califica como espontaneístas: "Es decir, una posición según la cual, en nombre del respeto a la capacidad de pensar y a la capacidad crítica de los educandos, se deja a éstos librados a sí mismos, se deja a las masas populares libradas a ellas mismas. Obviamente, una educación revolucionaria debe estimular esa capacidad crítica y autónoma de pensamiento entre los educandos, pero jamás dejarlos entregados a ellos mismos" (En: ROSA MARIA TORRES, Educación Popular: un encuentro con Paulo Freire, CECCA-CEDECO, Quito 1986).

Los tres Modelos de la Educación

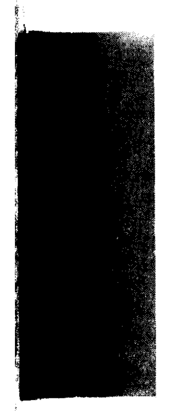
INDICADORES / Modelo	Enfasis en los Contenidos	Enfasis en los Resultados	Enfasis en el Proceso
CONCEPCION	Bancaria	Manipuladora	Liberadora - Transformadora
PEDAGOGIA	Exógena	Exógena	Endógena
LUGAR DEL EDUCANDO	Objeto	Objeto	Sujeto
EJE	Profesor - Texto	Programador	Sujeto - Grupo
RELACION	Autoritaria - Paternalista	Autoritaria - Paternalista	Autogestionaria
OBJETIVO EVALUADO	Enseñar / Aprender (Repetir)	Entrenar / Hacer	Pensar - Transformar
FUNCION EDUCATIVA	Transmisión de Conocimientos	Técnicas - Conductas Ingeniería del Comportamiento	Reflexión - Acción
TIPO DE COMUNICACION	Transmisión de información	Información / Persuasión	Comunicación (Diálogo)
MOTIVACION	Individual: premios / castigos	Individual: estímulo / recompensa	Social
FUNCION DEL DOCENTE	Enseñante	Instructor	Facilitador - Animador
GRADO DE PARTICIPACION	Mínima	Seudo-participación	Máxima
FORMACION DE LA CRITICIDAD	Bloqueada	Evitada	Altamente estimulada
CREATIVIDAD	Bloqueada	Bloqueada	Altamente estimulada
PAPEL DEL ERROR	Fallo	Fallo	Camino, búsqueda
MANEJO DEL CONFLICTO	Reprimido	Eludido	Asumido
RECURSOS DE APOYO	Refuerzo transmisión	Tecnología Educativa	Generadores
VALOR	Obediencia	Lucro, utilitarismo	Solidaridad, cooperación
FUNCION POLITICA	Acatamiento	Acatamiento / Adaptación	Liberación

metas no son incompatibles; y que presentarlas como tales es plantear una falsa oposición.

> Puesto que en cualquier tipo de sociedad será necesario que las personas adquieran conocimientos y destrezas, nada impide que se utilicen procedimientos de índole transmisora, siempre que los mismos sean empleados dentro de una orientación global problematizadora y participativa, mediante la cual el educando aprenda conocimientos y destrezas instrumentales, al mismo tiempo que conoce la realidad que lo rodea y desarrolla su conciencia crítica y su espíritu solidario mediante el diálogo, el debate y la participación en la acción transformadora.[10]

Nos queda, para completar este análisis, definir el concepto de comunicación que se desprende de este tipo de educación. Ello equivale a construir el nuevo modelo liberador, propio de la comunicación popular. Por la importancia del tema, le destinaremos el capítulo siguiente.

SUGERENCIAS PARA EL FACILITADOR



* Representar, a través de dos sociodramas, una clase tradicional y una actividad formativa dentro de este tercer tipo de educación. Analizar las diferencias. Ver cuál es la actitud del profesor bancario y cuál la del formador o facilitador en el modelo que pone énfasis en el proceso.
* Aplicar las conclusiones a nuestros medios de comunicación popular: ¿cómo deben ser nuestros medios y nuestros mensajes para que generen y se inserten en un proceso educativo?

---

(10) JUAN DIAZ BORDENAVE: **América Latina necesita repensar la Tecnología Educativa. Mimeo, Caracas, 1982.**



* Analizar producciones de comunicación popular (incluso las realizadas por los propios participantes) y ver en qué medida corresponden a este modelo educativo:
  - en sus objetivos
  - en su contenido
  - en su forma
  - en el uso al que se los destina

  Preguntarse:
  - ¿Problematizan?
  - ¿Generan un diálogo?
  - ¿Generan participación?
* Tomar una información que se considera importante difundir en un medio de comunicación popular (un periódico, un programa de radio, etc.) y ver cómo presentarla en la forma que plantea Freire, es decir, "a partir de una cierta problematización".